

**ANALISIS FAKTOR KEPUASAN KONSUMEN MELALUI VALUE CHIN DALAM
MEMPEROLEH KEUNGGULAN BERSAING PERUSAHAAN BATIK**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada Jurusan Industri
Fakultas Teknik

Diajukan oleh:

OKKY PRIYO ANGGORO

NIM: D 600 110 044

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2016**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS FAKTOR KEPUASAN KONSUMEN MELALUI VALUE CHIN DALAM
MEMPEROLEH KEUNGGULAN BERSAING PERUSAHAAN BATIK**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

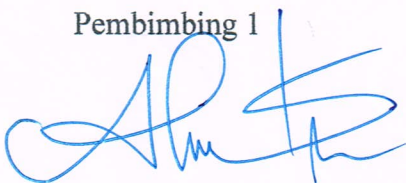
OKKY PRIYO ANGGORO

D600110044

Telah Diperiksa Dan Disetujui Oleh:


Dosen Pembimbing

Pembimbing 1



Ahmad Kholid Alghofari, ST, MT
NIK. 985

Pembimbing 2



Ida Nursanti, ST., M.Eng.Sc
NIK. 100.1172

ANALISIS FAKTOR KEPUASAN KONSUMEN MELALUI VALUE CHIN DALAM MEMPEROLEH KEUNGGULAN BERSAING PERUSAHAAN BATIK

D600110044

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

Ir. Sri Sunarjono, MT., Ph.D
NIK. 682

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila kelak terbukti ada ketidak benaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggung jawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 10 - 5 - 2016

Penulis



OKKY PRIYO ANGGORO
D600110044

ANALISIS FAKTOR KEPUASAN KONSUMEN MELALUI *VALUE CHAIN* DALAM MEMPEROLEH KEUNGGULAN BERSAING PERUSAHAAN BATIK

ABSTRAK

Industri kreatif memiliki kontribusi ekonomi yang signifikan bagi perekonomian di Indonesia. Menciptakan iklim bisnis yang membaik, sebagai pusat penciptaan inovasi dan kreativitas yang berdampak sosial positif, dan memperkuat identitas bangsa. *Value chain* adalah suatu cara dimana perusahaan dapat mencapai keuntungan mengevaluasi dan memanfaatkan dalam setiap kegiatan untuk hasil yang terbaik. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi dan mendukung *value chain* di Industri Batik Kelurahan Sondakan Kecamatan Laweyan Kota Surakarta dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Mendeskripsikan urutan atau posisi faktor (aktivitas) *value chain* agar dapat memperoleh keunggulan bersaing perusahaan batik dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner, wawancara serta melakukan dokumentasi pada industri batik yang ada di kelurahan Sondakan kecamatan Laweyan kota Surakarta. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Analisis Normalitas (*Kolmogorof Smirnov* atau *Man Whitney*) dan Analisis Hubungan (*Spearman Rank Correlation*). Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Industri Batik Kelurahan Sondakan Kecamatan Laweyan Kota Surakarta didapatkan 6 variabel di setiap indikator *Marketing and sales*, *tecnology development* dan *procurement* yang dapat mendukung faktor atau aktivitas *value chain* yang berpengaruh dalam meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan batik dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Industri Kreatif, Sondakan, Value Chain, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Creative industries have a significant economic contribution to the economy in Indonesia. Creating a better business climate, as the center of innovation and creativity that the creation of a positive social impact, and strengthen national identity. Value chain is a way in which companies can achieve profitability evaluate and exploit in any activity for best results. The purpose of this study is to identify the factors that affect and support the value chain in Batik Industry Sub Sondakan Laweyan District of Surakarta in improving customer satisfaction. Describing the order or position factor (activity) value chain in order to gain a competitive advantage batik company in increasing customer satisfaction. The data collection was done by distributing questionnaires, interviews and doing the documentation on the batik industry in village districts Sondakan Laweyan Surakarta. Data analysis was performed using analysis Normality (Kolmogorof Smirnov or Man Whitney) and relationship analysis (Spearman Rank Correlation). Based on research conducted in Batik Industry Sub Sondakan Laweyan District of Surakarta showed 6 variables in each indikator Marketing and sales, tecnology development and procurement that can support value chain factors or activities are influential in increasing the competitive advantage of batik company in increasing customer satisfaction.

Keywords: Creative Industries, Sondakan, Value Chain, Customer Satisfaction

I. PENDAHULUAN

Industri Kreatif adalah industri yang mengandalkan kreatifitas individu, keterampilan serta talenta yang memiliki kemampuan tenaga kerja melalui gagasan dan eksploitasi HKI (Bappeda 2013). Laweyan merupakan suatu kawasan sentra industri batik yang unik, spesifik dan bersejarah. Dilihat dari segi sejarah, keberadaan kampung Laweyan Surakarta sudah ada sejak sebelum tahun 1500M (Pratomo, *et al*, 2006).

Rantai nilai atau *value chain* merupakan satu cara yang digunakan untuk memandang suatu perusahaan sebagai rantai aktivitas yang mengubah *input* menjadi *output* yang mempunyai nilai bagi konsumen (Pears & Robinson, 2009). Menurut Shank dan Govindarajan (2000) mendefinisikan *value chain analysis*, merupakan alat untuk memahami rantai nilai yang membentuk suatu produk. Rantai nilai tersebut berasal dari kegiatan yang dijalankan, dimulai dari bahan baku sampai ke tangan konsumen, juga termasuk pelayanan penjualan.

Berdasarkan survey yang telah dilakukan di wilayah Kecamatan Laweyan Kota Surakarta batik menjadi salah satu fesyen unggulan, maka dari itu peneliti tertarik melakukan penelitian di Kelurahan Sondakan Kecamatan Laweyan Kota Surakarta. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor atau aktivitas *value chain* apa saja yang berpengaruh terhadap persaingan perusahaan batik dalam mencapai kepuasan konsumen.

II. METODE

Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di industri kreatif yang termasuk industri kecil menengah (IKM) di Sondakan yang berjumlah 15, dimana industri ini masuk dalam industri kreatif subsektor fesyen batik yang merupakan pakaian jadi berbahan batik yang berada di Kecamatan Laweyan kota Surakarta.

Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara menggunakan kuesioner dan dokumentasi

Analisis Normalitas

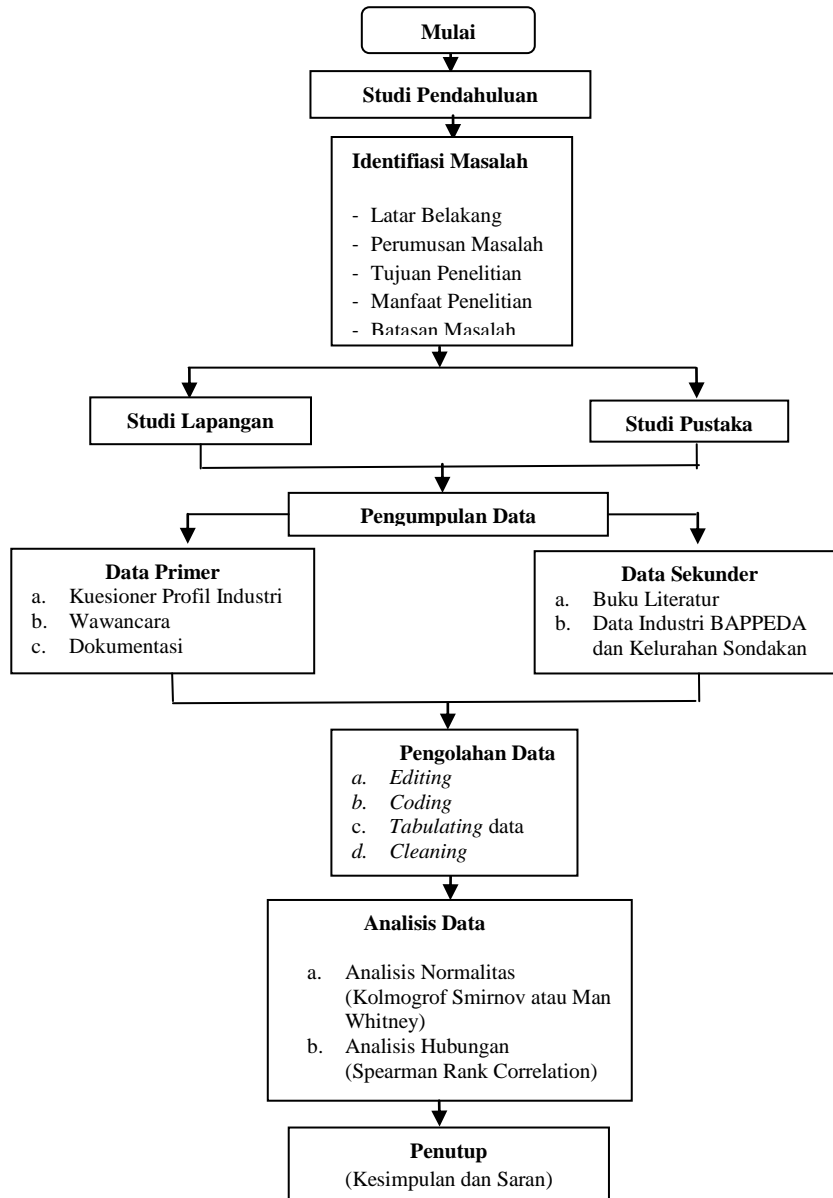
Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah distribusi dari responden normal atau tidak normal. Menggunakan uji *Komogrov-Smirnov* dengan software SPSS, dikategorikan data berdistribusi normal apabila signifikansi lebih besar dari 0.05.

Analisis Bivariate Correlation

Pada penelitian kali ini data yang akan digunakan adalah berkala ordinal maka yang akan digunakan adalah *Spearman's Rank Corelation*. *Spearman's Rank Corelation* adalah sebuah alat analisis yang digunakan untuk mengukur kerataan hubungan antar variabel terikat Y dengan variabel bebas X yang berkala ordinal atau non parametrik.

Kesimpulan

Dalam penelitian ini strategi penelitian yang akan digunakan adalah dengan cara survey, dengan memberikan kuesioner untuk dapat menjawab rumusan masalah.



III. HASIL

Pemetaan Responden

Pemetaan responden dilakukan untuk memperoleh tingkatan perbedaan antar responden, dilihat dari tingkat pendidikan, tingkat pengalaman kerja serta tingkat jabatan.

a. Tingkat Pendidikan Responden

Pada data yang diperoleh dari responden berdasarkan tingkat pendidikan dikategorikan atau dikelompokkan menjadi 3 bagian. Berikut adalah bagian-bagian pendidikan responden.

Tabel 1 Kelompok Pendidikan Responden

Pendidikan	Kelompok
SMP	1
SMA	2
Perguruan Tinggi/ PT	3

b. Tingkat Jabatan Responden

Selain tingkat pendidikan, pada suatu perusahaan juga akan dipengaruhi oleh tingkat jabatan responden yang dapat dilihat dari tabel 2 dan gambar grafik 2

Tabel 2 Tingkat Jabatan Responden

Jabatan	Jumlah
Pemilik	15
Karyawan	17

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa tingkat jabatan responden pada penelitian yang dilakukan di industri batik Sondakan yang memiliki jabatan paling tinggi yaitu karyawan dengan presentase sebesar 53,13%, sedangkan responden yang memiliki jabatan sebagai pemilik hanya memiliki presentase sebesar 46,88%.

c. Tingkat Pengalaman Kerja

Pada pengambilan data yang dilakukan diketahui selain tingkat pendidikan dan jabatan responden yaitu pengalaman kerja lamanya bekerja dapat dilihat pada tabel 3 dan gambar 3.

Tabel 3 Tingkat Pengalaman Kerja Responden

Pengalaman Kerja	Jumlah
<20	27
20-30	4
>30	1

Pada tabel 3 dapat diketahui bahwa pengalaman kerja responden dari 15 IKM yang ada pada Industri batik Sondakan menunjukkan bahwa presentase tertinggi yaitu responden dengan pengalaman kerja <20 tahun sebesar 84.38%.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS dengan melihat nilai corrected item total correlation, untuk mengetahui valid dan reliabel tidaknya dapat dilihat nilai corrected item total correlation haruslah diatas 0,5

Tabel 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X15	15.16	24.394	.871	.901
X16	15.63	23.403	.845	.906
X17	15.09	24.862	.796	.912
X23	14.56	27.093	.815	.912
X24	14.75	24.710	.819	.909
X27	14.81	29.383	.608	.934

Dapat dilihat dari tabel 4.6 dari 28 variabel yang sudah dilakukan uji validitas dan reliabilitas diperoleh variabel X.15, X.16, X.17, X.23, X.24, X.27 yang dapat dikatakan valid dan reliabel.

Analisis Deskriptif

Tabel 4 hasil deskriptif variabel Y

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Variabel Y	32	2.00	5.00	3.7500	.87988
Valid N (listwise)	32				

Tabel 5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel X

Descriptive Statistics					
	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
X15	32	1	5	Agak berpengaruh	1.221
X16	32	1	5	Kurang berpengaruh	1.362
X17	32	1	6	Agak berpengaruh	1.254
X23	32	2	6	Agak berpengaruh	.982
X24	32	1	6	Agak berpengaruh	1.244
X27	32	2	5	Agak berpengaruh	.931
Valid N (listwise)	32				

Rata-rata keseluruhan Variabel X pada industri batik Sondakan sebesar 3,01 maka dari itu dapat disimpulkan agak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan untuk variabel Y tingkat pengaruhnya cukup tinggi untuk memperoleh keunggulan bersaing industri batik yang ada pada kelurahan Sondakan.

Analisis Normalitas

Tabel 6 Hasil Analisis Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	N	Normal Parameters ^{a,b}		Most Extreme Differences			Kolmogorov-Smirnov Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Absolute	Positive	Negative		
X1	32	4.94	.716	.379	.309	-.379	2.141	.000
X15	32	2.84	1.221	.349	.349	-.214	1.974	.001
X16	32	2.38	1.362	.265	.265	-.156	1.498	.023
X17	32	2.91	1.254	.234	.234	-.152	1.323	.060
X23	32	3.44	.982	.360	.360	-.234	2.034	.001
X24	32	3.25	1.244	.267	.267	-.139	1.511	.021
X27	32	3.19	.931	.299	.299	-.201	1.689	.007

Analisis normalitas atau Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah distribusi dari responden normal atau tidak normal. Menggunakan uji *Komogrov-Smirnov* dengan software SPSS, dikategorikan data berdistribusi normal apabila signifikansi lebih besar dari 0,05. Dapat dilihat dari tabel 6 bahwa variabel yang berdistribusi normal adalah variabel X.17

Analisis Bivariate Correlation

Tabel 7 Analisis *Bivariate Correlation*

Variabel	r	Signifikan	Kekuatan hubungan	Signifikan hubungan	Arah hubungan
X15	1,000	0	Sempurna	Signifikan	Searah
X16	0,846**	0,000	Sangat Kuat	Signifikan	Searah
X17	0,805**	0,000	Sangat Kuat	Signifikan	Searah
X23	0,743**	0,000	Kuat	Signifikan	Searah
X24	0,707**	0,000	Kuat	Signifikan	Searah
X27	0,501**	0,003	Cukup Kuat	Signifikan	Searah

Pada tabel 7 diperoleh hasil korelasi hubungan menunjukkan bahwa hasil tidak searah akan dihilangkan karena maksud dari penelitian ini untuk menunjukkan atau mengetahui aktivitas atau faktor apa saja yang dapat berpengaruh terhadap persaingan dalam mencapai kepuasan konsumen.

Dapat dilihat pada tabel 8 adalah korelasi urutan atau posisi aktivitas yang berpengaruh terhadap persaingan dalam mencapai kepuasan konsumen.

Tabel 8 Posisi Hasil Korelasi Hubungan

Posisi	Variabel	r (Korelasi)	Kekuatan Hubungan
1	X15	X15 ↔ Y = 1,000	Sempurna
2	X16	X16 ↔ Y = 0,846**	Sangat Kuat
3	X17	X17 ↔ Y = 0,805**	Sangat Kuat
4	X23	X23 ↔ Y = 0,743**	Kuat
5	X24	X24 ↔ Y = 0,707**	Kuat
6	X27	X27 ↔ Y = 0,501**	Cukup Kuat

Pada tabel 9 dapat diketahui kekuatan hubungan yang dikategorikan sangat kuat, kuat, dan cukup kuat terdiri dari 6 variabel adalah variabel X.15, X.16, X.17, X.23, X.24, X.27. Adalah keterangan dari variabel-variabel tersebut yaitu:

Tabel 9 Korelasi pada Industri Batik Sondakan

Variabel	Keterangan/ Aktivitas
X.15	Program program pengolahan komunikasi
X.16	Menyediakan tempat khusus bagi program masalah masalah pelanggan
X.17	Memeriksakan dan menelusuri kembali pelanggan yang hilang
X.23	Sistem informasi manajemen perusahaan
X.24	Penguasaan teknologi atau peralatan baru
X.27	Sistem kontrak kerja dengan supplier

Analisis Faktor

Analisa faktor akan digunakan dalam setiap indikator-indikator, yang dianalisa faktor hanya pada indikator yang memiliki 2 atau lebih variabel yang digunakan untuk mengetahui variabel tersebut benar merupakan indikator yang telah ditentukan sebelumnya dengan cara melakukan uji KMO dan *Barlett's test*, yang dapat dilihat seperti tabel 10 berikut.

Tabel 10 KMO and Bartlett's Test Indikator Marketing and Sales

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	Bartlett's Test of Sphericity Sig.
0,746	0,000

KMO 0,746 maka analisa faktor dapat digunakan, *Bartlett's Test of Sphericity* nilai signifikasinya $0,000 < 0,05$ menunjukkan hubungan signifikan antar variabel. Langkah selanjutnya untuk mengurangi faktor yang berdasarkan *eigen value*, nilai *eigen value* harus >1 , maka didapatkan hasil seperti tabel 11 :

Tabel 11 Total Variance Explained Marketing and Sales

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.615	87.158	87.158	2.615	87.158	87.158
2	0,247	8.221	95.378			
3	0,139	4.622	100.000			

Dari hasil *Total Variance Explained* nilai yang dilihat adalah nilai *eigen value* untuk penentuan jumlah faktor (komponen) masing-masing faktor harus diatas 1, maka dari hasil tabel ini menunjukkan hanya ada 1 faktor saja pada X.15, X.16, X.17.

Tabel 12 *Component Matrix Operation*

Component Matrix^a	
Variabel	Component 1
X15	.952
X16	.932
X17	.916

Tabel 13 *KMO and Bartlett's Test Indikator Technology Development*

KMO and Bartlett's Test	
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	Bartlett's Test of Sphericity Sig.
0,500	0,000

KMO 0,500 maka analisa faktor dapat digunakan, *Bartlett's Test of Sphericity* nilai signifikasinya $0,000 < 0,05$ menunjukkan hubungan signifikan antar variabel.

Tabel 14 *Total Variance Explained Technology Development*

Total Variance Explained						
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.726	86.310	86.310	1.726	86.310	86.310
2	.274	13.690	100.000			

Dari hasil *Total Variance Explained* nilai yang dilihat adalah nilai *eigen value* untuk penentuan jumlah faktor (komponen) masing-masing faktor harus diatas 1, maka dari hasil tabel ini menunjukkan ada 1 faktor yang ada pada variabel X.23 dan X.24.

Tabel 15 *Component Matrix Technology Development*

Component Matrix^a	
	Component 1
X23	0,929
X24	0,929

Pembuktian Hipotesis

Sesuai dengan hasil pengolahan data yang telah dilakukan di Industri Batik Kelurahan Sondakan Kecamatan Laweyan Kota Surakarta didapatkan 6 variabel yang dapat mendukung identifikasi *value chain* yang berpengaruh dalam meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan batik dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Hipotesa yang telah dibuat dapat terjawab atau terbukti dengan adanya “aktivitas-aktivitas yang mendukung *value chain* yang berpengaruh dalam meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan batik dalam meningkatkan kepuasan konsumen”

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Dari 28 aktivitas setelah dilakukan pengolahan data dan pembahasan terdapat 6 aktivitas *value chain* yang mempengaruhi untuk meningkatkan persaingan perusahaan batik dalam mencapai kepuasan konsumen.
2. Faktor atau aktivitas-aktivitas *value chain* yang berpengaruh terhadap persaingan perusahaan batik dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Berikut adalah urutan aktivitas atau faktor dalam meningkatkan persaingan dalam meningkatkan kepuasan konsumen:
 - a. Program-program pengolahan komunikasi.
 - b. Menyediakan tempat khusus bagi program penanganan masalah-masalah pelanggan.
 - c. Memeriksa dan menelusuri kembali pelanggan yang hilang.
 - d. Sistem informasi manajemen perusahaan.
 - e. Penguasaan teknologi (peralatan baru).
 - f. Sistem kontrak kerja dengan *supplier*.

Saran

1. Lebih memaksimalkan atau mempertahankan aktivitas-aktivitas yang mempengaruhi kepuasan konsumen.
2. Menjalankan atau meningkatkan hubungan baik dengan konsumen.
3. Menghasilkan barang jadi yang sesuai harapan konsumen sehingga konsumen merasa puas.

DAFTAR PUSTAKA

- Bappeda. 2013. *Rencana Program Investasi Jangka Menengah (Rpjmn) Keciptakarya-an Kota Surakarta Tahun 2014-2018*.
- Pearce II, John A. dan Robinson R.B.Jr. 2009. *Manajemen Strategis 10*. Salemba Empat Jakarta
- Pratomo, S., et al. 2006. *Pelestarian Kawasan Kampung Batik Laweyan Kota Surakarta*. Fakultas Teknik Universitas Brawijaya.
- Shank, J.K., dan Govindarajan, V. 2000. *Strategic Cost Management and the Value Chain*. Second Edition. Thomson Learning: South-Western College Publishing.